

Model Kolaboratif Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata Dengan Asosiasi Pengelola Wisata Tirta Kabupaten Klaten Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pasca Pandemi

Syaiful Maulana¹

¹Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received August 09, 2024

Revised August 15, 2024

Accepted August 25, 2024

Available online 03 September, 2024

Keywords:

Tourism, Collaborative Communication, Tourist Increase.

Keywords:

pariwisata, komunikasi kolaborasi, peningkatan wisatawan



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

Peningkatan kunjungan wisatawan pasca pandemi di objek wisata tirta kabupaten klaten memunculkan kolaborasi lintas sektor antara Asosiasi Pengelola Wisata Tirta dengan Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bagaimana model komunikasi kolaborasi yang terjadi antara asosiasi dengan dinas untuk meningkatkan kunjungan pasca pandemi. Pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi digunakan dalam penelitian mengambil lokus di seluruh objek wisata tirta yang tergabung dalam asosiasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara terhadap aktor pemerintah dan pengelola wisata juga dengan observasi diseluruh objek wisata tirta yang tergabung dalam asosiasi terhadap dokumen-dokumen yang sudah ada. Bagaimana kolaborasi ini berlangsung karena adanya kondisi awal yaitu covid 19, serta proses kolaborasi meliputi proses dialog, membangun kepercayaan, komitmen terhadap proses, berbagi pemahaman kemudian terhadap hasil dari kolaborasi lintas sektor tersebut yaitu pelatihan-pelatihan untuk menunjang peningkatan kunjungan wisatawan.

ABSTRACT

The increase in tourist visits post-pandemic at water tourism destinations in Klaten Regency has led to cross-sector collaboration between the Association of Water Tourism Managers and the Department of Culture, Youth, and Sports, and Tourism. This research aims to uncover the collaborative communication model between the association and the department post-pandemic. Employing a qualitative approach with a phenomenological methodology, the study is conducted across all water tourism sites affiliated with the association. Data collection involves interviews with government officials and tourism managers, along with on-site observations and the analysis of existing documents. The collaboration has evolved in response to the initial conditions presented by the COVID-19 pandemic. The collaborative process encompasses dialogue, trust-building, commitment to the process, and shared understanding. The outcomes of this cross-sector collaboration include training initiatives geared towards supporting the increase in tourist visits. This research sheds light on how the collaboration unfolds under the backdrop of the initial condition, namely the COVID-19 pandemic. The collaborative process involves a series of steps, from dialogue to building trust, commitment to the collaborative process, and sharing understanding. The ultimate result of this cross-sector collaboration is the implementation of training programs aimed at bolstering the influx of tourists.

PENDAHULUAN

Pasca pandemi covid-19 yang berdampak pada aspek kehidupan sosial, ekonomi, pendidikan, dan pariwisata. Serta munculnya kebijakan travel warning atau travel restriction baik untuk wisatawan inbound masuk ke Indonesia ataupun wisatawan outbound yang keluar dari Indonesia (Harianja, 2023). Menambah dampak signifikan menurunnya wisatawan yang terjadi di seluruh Indonesia dampak tersebut berakibat pada perekonomian secara keseluruhan dan pendapatan devisa Indonesia. (Oktavia Setyaningtyas & Zarkasyi, 2022). Industri pariwisata pun juga terkena dampak dan mendapat kerugian besar serta banyak pekerja dirumahkan tanpa dibayar sehingga terjadi pemutusan kerja, sektor pariwisata dipertanyakan kembali terkait keberlanjutannya (Nur Kurniawan, 2022).

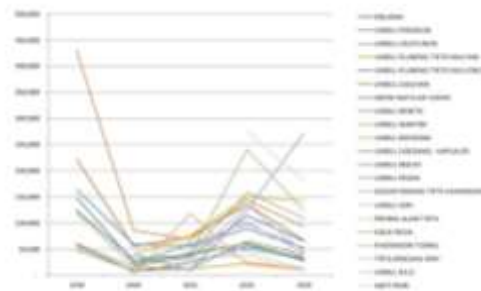
Klaten merupakan salah satu kabupaten yang berada di provinsi Jawa Tengah. Kabupaten ini letaknya berbatasan langsung dengan provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Klaten yang dahulu salah satu eks wilayah Karesidenan Surakarta memiliki julukan Kota 1001 Umbul karena banyaknya umbul-umbul yang tersebar di seluruh wilayah kabupaten Klaten (Alfian Dika Octavianto, 2022).

*Corresponding author

E-mail addresses: syaifulmaulana9@gmail.com

Secara umum Disparbudpora mencatat, di tahun 2022 kunjungan wisata tirta di kabupaten klaten mencapai 1.658.178 wisatawan nusantara dan 58.540 wisatawan mancanegara. Jumlah kunjungan paling tinggi di antara objek wisata lain. Janti Park dengan 274.778 pengunjung, Rivermoon Tubing 239.949 pengunjung, Girpasang 187.507 pengunjung, Umbul Manten 158.370 pengunjung, dan Umbul Brondong 149.696 pengunjung. Sedangkan Umbul Brintik 143.690 pengunjung, Umbul Asri 135.177 pengunjung, Umbul Ponggok 134.763 pengunjung, Obyek Mata Air Cokro (OMAC) 113.206 pengunjung dan Makam Sunan Pandanaran 105.290 pengunjung. Lainnya jumlah kunjungan dibawah 100.000 wisatawan. (travel.kompas.com, 2021).

Data penurunan pengunjung wisata umbul yang ada di Kabupaten Klaten. Dapat dilihat dari grafik berikut :



Gambar 1.1. Jumlah Pengunjung Wisata Tirta tahun 2019-2023

Sumber : Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata tahun 2023

Kondisi covid 19 yang terjadi pada awal tahun 2020 mengakibatkan penurunan kunjungan wisatawan yang sangat signifikan walaupun Penurunan jumlah kunjungan Umbul Ponggok dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 cukup besar, pada tahun 2017 jumlah kunjungan mencapai 355.078 sedangkan pada tahun terjadinya pandemi covid-19 jumlah kunjungan mengalami banyak penurunan dengan jumlah kunjungan 62.983. Umbul Besuki memiliki kapasitas pengunjung 300-400 orang yang setiap hari dapat dikunjungi pengunjung sebanyak 50-200 orang pengunjung, namun ketika di akhir pekan atau hari libur dapat mencapai 300-700 pengunjung.

Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata sebagaimana tugas dan fungsinya yang telah tertuang dalam Peraturan Bupati Klaten Provinsi Jawa Tengah, Nomor 55 Tahun 2021 Tentang Kedudukan Susunan Organisasi Tugas Kedudukan Susunan Organisasi Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kebudayaan, Kepemudaan Dan Olah Raga Dan Pariwisata Kabupaten Klaten Bagian Kelima Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pasal 19. Tugas dan Fungsi Dinas Kebudayaan, pemuda dan olahraga dan pariwisata sudah jelas salah satunya mengkoordinasikan dan melakukan pembinaan terhadap para pelaku wisata. Melalui tugas tersebut persoalan dan penyadaran pengelola wisata menjadi penting untuk menjadikan kabupaten Klaten sebagai destinasi unggulan yang ada di Jawa Tengah, namun kendala dilapangan untuk menyadarkan warga terus diupayakan oleh dinas, seperti yang telah dikatakan oleh kepala dinas pariwisata yang dikutip dari solopos "Menyadarkan masyarakat sangat penting untuk menggali potensi lokal yang dimiliki," (Galih Aprilia Wibowo, 2023). Beliau juga menjelaskan salah satu cara mengembangkan sektor pariwisata di Klaten dengan inovasi memberikan edukasi dan pembinaan kepada desa untuk membentuk desa wisata. Selain itu juga dibentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdakwis) dan mampu menyadarkan masyarakat agar melek pariwisata.

Sejauh ini belum ada langkah kongkret yang dilakukan oleh kedua organisasi tersebut untuk berkolaborasi, pengoptimalan pengembangan wisata umbul saat ini menjadi sorotan salah satunya anggota ASWITA yaitu umbul pluneng. Butuh usaha pengembangan destinasi wisata dari pembangunan fisik dilakukan baik oleh bantuan pemerintah maupun pemberdayaan masyarakat. Upaya tersebut masih dapat dimaksimalkan lagi dengan perencanaan pengembangan objek wisata baik berdasarkan kajian tentang aspek-aspek apa yang menjadi keunggulan, kelemahan dan mendukung maupun menghambat pengembangan objek tersebut (Galih Aprilia Wibowo, 2023). Namun hal tersebut belum berjalan secara optimal peran kolaborasi antara pemerintah dengan asosiasi pengelola wisata tirta.

Sebagai salah satu anggota asosiasi (ASWITA) pengelola tirta Umbul Ponggok menargetkan pada tahun 2035. Kawasan Umbul Ponggok menjadi pusat studi Indonesia seperti yang dikemukakan ketua BUMDes Suyantoko juga selaku sekretaris aswita "Dalam pengembangan memang perencanaan harus matang, ke depan mau ke mana sih? Nah, di Ponggok ini sampai 2035 sudah memiliki perencanaan. Intinya, Ponggok di masa depan menjadi pusat studi seluruh Indonesia,"(Taufiq Sidik Prakoso, 2023).

Selain itu target rata-rata yang direncanakan oleh masing-masing pengelola objek wisata umbul kaitan dengan peningkatan jumlah pengunjung yaitu sebesar yaitu 25% setiap tahunnya. Target ini bisa terlaksana dan dimaksimalkan dengan melibatkan Pemangku kepentingan yaitu Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata serta Pelaku usaha wisata, komunikasi kolaborasi diperlukan antar instansi, komunitas dan pemangku kepentingan sehingga koordinasi antar pelaku pariwisata dapat berjalan dengan baik. Dalam dunia modern komunikasi dapat digunakan di bisnis, wisata, pendidikan dan politik. melakukan promosi wisata komunikasi dipakai untuk kegiatan branding sehingga pendapatan tempat wisata, kolaborasi antar lembaga bisa meningkatkan pendapatan diantara kedua belah pihak.

Hasil wawancara yang peneliti dapati dilapangan bahwa ada beberapa masalah mengenai koordinasi dan pengembangan SDM yang dialami pengelola umbul, asosiasi dan dinas kebudayaan, pemuda dan olahraga dan pariwisata meliputi:

1. Adanya retribusi 10% yang itu dikeluhkan sebagian besar pengelola umbul di kabupaten Klaten.
2. Belum optimalnya pengelolaan destinasi wisata, tercermin pada rencana pengembangan program paket wisata yang belum terlaksana.
3. Kurangnya dukungan sumber daya manusia (SDM) untuk mengembangkan Platform media yang dipakai untuk melakukan promosi satu pintu.
4. Belum maksimal dilibatkannya Asosiasi dalam penyusunan kebijakan yang di buat oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata khususnya untuk pengembangan objek wisata tirta.
5. Belum ada forum rutin yang diinisiasi asosiasi maupun dinas untuk membahas isu-isu terkini yang dihadapi oleh pengelola wisata tirta, diskusi rutin hanya dilakukan oleh asosiasinya saja setiap 2 bulan sekali.

Berbagai permasalahan tersebut mengakibatkan dukungan dari dinas kepada asosiasi belum berjalan secara maksimal. Secara kongrit belum nampak ada kolaborasi antara dinas dengan asosiasi pengelola wisata tirta.

Pariwisata sangat terkait dengan kepentingan multiaktor, multisector, dan *multistakeholder* (Patadjenu, 2023). Walaupun menjadi industri potensial pendapatan asli daerah kabupaten Klaten, seringkali sektor ini diabaikan dan optimal pengelolaannya karena kurangnya koordinasi antar elemen, pihak dinas menginginkan adanya pajak 10% namun hal tersebut belum bisa di realisasikan oleh asosiasi, karena pengelola mempunyai dua tanggung jawab baik dari BUMDes maupun dari pemerintah Kabupaten. Sebagai sebuah rantai nilai Roxas mengemukakan bahwa dukungan, komitmen dan kerjasama para pemangku kepentingan pariwisata sangat penting untuk mempromosikan pariwisatanya (Patadjenu, 2023). Untuk itu dibutuhkan kolaborasi lintas sektor untuk mencapai tujuan Bersama meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pasca pandemi sehingga pendapatan daerah meningkat dan kualitas kolaborasi antar sektor berjalan dengan baik.

Dengan demikian, permasalahan bisa dipecahkan asalkan para pemangku kepentingan berpartisipasi dan duduk bersama dengan melakukan proses dialog. Partisipasi pribadi hanya akan terjadi ketika individu memiliki kepentingan dan kesempatan untuk menyuarakan pandangannya, dan keterlibatan semacam itu hanya mungkin terjadi dalam konteks saling ketergantungan dan kepercayaan. Proses pengambilan keputusan melibatkan berbagai pemangku kepentingan yang memandang suatu masalah dari berbagai perspektif, duduk bersama untuk secara konstruktif mengeksplorasi perbedaan mereka, dan bersama-sama mencari solusi yang memanfaatkan keragaman tersebut, dengan tujuan untuk mencapai hasil yang lebih baik daripada yang dapat dicapai jika setiap pihak mencari solusinya sendiri. Perencanaan kolaboratif, pada dasarnya, adalah perencanaan yang dilandasi oleh komunikasi aktif (Sufianti, 2014). Proses yang memuat aktivitas dialog, partisipasi, dan berorientasi kepada keputusan bersama, terangkum dalam suatu proses kolaboratif.

Dinas Kebudayaan, Pemuda dan olahraga dan pariwisata sebagai pemangku kepentingan dan Asosiasi Pengelola Wisata Tirta (Aswita) Kabupaten Klaten sebagai pelaku usaha, berangkat dari masalah-masalah di atas maka perlu komunikasi kolaboratif untuk memaksimalkan pengembangan wisata umbul di Kabupaten Klaten. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui "Bagaimana Model Komunikasi Kolaboratif yang dilakukan Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata dengan Asosiasi Pengelola Wisata Tirta Kabupaten Klaten dalam meningkatkan Kunjungan Wisatawan ?"

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dilakukan dengan pendekatan fenomenologi dengan pendekatan kualitatif, Adapun subjek dari penelitian ini adalah organisasi dinas kebudayaan, pemuda dan olahraga dan Asosiasi Pengelola Wisata Tirta Kabupaten Klaten khususnya, informan pegawai yang bertanggung jawab untuk melakukan komunikasi kolaboratif dalam peningkatan kunjungan objek wisata umbul, seperti kepala

bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, pejabat fungsional, pengelola wisata, pengurus aswita. Untuk mendapatkan informasi tambahan, informan lainnya adalah stakeholder yang berkoordinasi dengan dinas maupun ASWITA dalam meningkatkan kunjungan wisata umbul. Dalam Penelitian ini sumber data yang digunakan peneliti adalah data sekunder dan primer berupa buku-buku dengan teknik yang digunakan penelitian pustaka (*library research*) (Simanjuntak & Sosrodiharjo, 2014). Peneliti menggunakan triangulasi sumber, karena teknik tersebut tepat untuk menguji keabsahan data yang diperoleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

HASIL

Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata (DISBUBPORAPAR) mempunyai kendali dalam pengkoordinasian pengelolaan wisata daerah kabupaten Klaten sesuai dengan peraturan Peraturan Bupati Klaten Nomor 55 Tahun 2021 sementara itu Asosiasi Pengelola Wisata Tirta (ASWITA) sebagai wadah penghubung masukan-masukan dari pengelola wisata tirta yang saat ini memiliki anggota sebanyak 21 objek wisata. Pelaku usaha ini menjadi bagian dari *Stakeholder* dan mempunyai peran atau dampak dari peraturan/kebijakan yang di keluarkan oleh pemerintah kabupaten melalui dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata. Sebagai tangan kanan dari pemerintah daerah kabupaten Klaten tugas dan fungsi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga jelas diturunkan pada Kepala Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu memkoordinasikan destinasi wisata unggulan di Kabupaten Klaten.

Kolaborasi yang dilakukan kedua pemangku kepentingan ini sudah terlaksana namun belum maksimal, perlu keseriusan untuk mengkoordinasikan pengembangan destinasi wisata khususnya wisata umbul agar bisa berjalan secara maksimal. Sumber Pendapatan Daerah yang seharusnya bisa dihasilkan dari retribusi atau pajak objek wisata tersebut namun dapat terserap secara maksimal. Potensi-potensi peningkatan jumlah wisatawan pasca pandemi bisa dilakukan secara cepat dengan pengoordinasikan seluruh pelaku usaha wisata di dukung oleh dinas yang bisa dilakukan melalui platform media sosial maupun media website. Namun fakta di lapangan belum ada kolom spesifik untuk pengembangan wisata umbul baik di media sosial dinas pariwisata maupun di website dinas kebudayaan, pemuda dan olahraga dan pariwisata.

Konseptual Komunikasi Kolaborasi Wisata Tirta Kabupaten Klaten

Hubungan lintas organisasi, kemitraan, dapat dipahami sebagai suatu rangkaian interaksi yang berkembang antara dua atau lebih organisasi atau entitas yang memiliki kepentingan bersama. Kemitraan ini melibatkan kolaborasi dalam mencapai tujuan atau proyek tertentu, seringkali melibatkan pertukaran sumber daya, pengetahuan, dan keahlian guna menciptakan nilai tambah. Sejauh ini perkembangan koordinasi antara DISBUDPORAPAR dengan ASWITA sejak didirikannya Asosiasi menghasilkan model komunikasi, Seperti halnya yang disampaikan oleh Hariyanto selaku Ketua Asosiasi Pengelola Wisata Tirta bahwa koordinasi ASWITA sudah berjalan seperti hal pelaporan-pelaporan kunjungan wisatawan di seluruh objek wisata umbul dan pelatihan.

Pengembangan dan pengelolaan objek wisata merupakan aspek integral dari peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), dan pemilik pribadi. Ketiganya berperan sebagai komunikator yang sangat penting dalam menyampaikan masukan-masukan terkait permasalahan isu-isu di lapangan. BUMDes, sebagai entitas ekonomi desa, memiliki keterlibatan yang signifikan dalam pengembangan wisata dengan memanfaatkan potensi lokal. Mereka dapat memberikan wawasan mengenai potensi dan kebutuhan di tingkat desa yang relevan dengan pengembangan pariwisata. Objek wisata tirta yang berada dibawah naungan BUMDes diantaranya umbul Brintik, Umbul Bethek, Umbul Pluneng, Umbul Susuhan, Umbul Ponggok, Umbul Nilo, Janti Park, Umbul Pelem, Umbul Siblarak dan Umbul Manten. Adanya UU Desa No 6 Tahun 2014 Tentang Desa memberikan harapan baru sekaligus tantangan. Harapan baru tersebut ialah desa dapat mengembangkan sendiri potensi wisatanya dengan dana desa. Namun, tantangan bagi BUMDes pendapatan akan terbagi menjadi dua karena pengelolaan objek wisata menjadi sulit diakibatkan pengelolaan tidak hanya bertanggung jawab dengan BUMDes tetapi juga bertanggung jawab dengan pemerintah kabupaten, maka pendapatan dari wisata tersebut terbagi menjadi dua, dilematis ini dikeluhkan beberapa anggota asosiasi. Perlu aturan yang jelas yang tidak memberatkan satu sama lainnya.

Pokdarwis sebagai kelompok masyarakat lokal yang peduli terhadap pengembangan wisata di daerahnya, memiliki peran dalam mengumpulkan aspirasi dan masukan dari masyarakat sekitar objek wisata. Mereka dapat menjadi penghubung yang efektif antara pihak pengelola dan masyarakat, memastikan bahwa kebutuhan dan harapan lokal tercermin dalam pengelolaan objek wisata. Pemilik pribadi, individu yang memiliki usaha wisata tirta, seperti Ciblon Deso, Tirta Alam, Rivermoon, Aqua Regia, Umbul Asri, Tirta Kemiri dan Kali Puser juga memegang peranan kunci sebagai komunikator. Mereka dapat menyampaikan pengalaman dan masukan langsung dari perspektif pengusaha dan

masyarakat sekitar. Pesan yang dibawa oleh BUMDes, Pokdarwis, dan pemilik pribadi menjadi esensial untuk disampaikan ke ASWITA dan selanjutnya diterima pesan tersebut oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata untuk menciptakan sinergi yang kokoh dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata yang berkelanjutan dan merespons permasalahan pengelola objek wisata.

Kerangka komunikasi kolaboratif, ASWITA berperan sebagai media penghubung dan menjembatani masukan-masukan pengelola objek wisata, asosiasi ini terdiri dari BUMDes, Pokdarwis, dan Pemilik Pribadi, dengan Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata sebagai pihak yang menerima pesan atau komunikasi. ASWITA memegang peran vital sebagai penghubung dalam aliran informasi dan koordinasi antara dua kelompok tersebut.

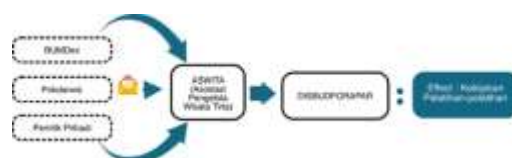
Sebagai media, ASWITA bertindak sebagai perantara yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan yang berasal dari para pengelola objek wisata kepada pihak penerima, yakni Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata. ASWITA menjadi saluran komunikasi yang dapat menghimpun aspirasi, masukan, dan kebutuhan dari pengelola objek wisata, serta menyampaikannya dengan jelas dan koheren kepada instansi pemerintah terkait.

Melalui tugas dan fungsinya DISBUPORAPAR mempunyai peran sebagai komunikasi. Pesan yang disampaikan ASWITA kemudian menghasilkan *effect*/umpan balik seperti pengembangan Sumber Daya Manusia melalui pelatihan-pelatihan, kebijakan-kebijakan dan pengembangan fasilitas menuju objek wisata. DISBUDPORAPAR mengklaim bahwa pihaknya sudah melakukan dukungan dana untuk pengembangan fasilitas yang menunjang sarana objek wisata. Transparansi dan akuntabilitas menjadi inti dari kerjasama ini dengan mengedepankan prinsip-prinsip keterbukaan, kebijakan dan alokasi sumber daya dapat lebih terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat. Melalui pemahaman bersama terhadap masalah yang dihadapi, memfasilitasi pengembangan solusi yang holistik dan terkoordinasi. Pembagian tanggung jawab yang jelas dan koordinasi yang baik antara Disbudporapar menjadi kunci dalam menjalankan program-program yang efektif.

Event-event pelatihan selalu diadakan oleh dinas pariwisata bertujuan untuk mendorong Sumber Daya Manusia unggul dan berkualitas. Pasca Pandemi DISBUDPORAPAR beberapa kali mengadakan pelatihan-pelatihan dalam rangka meningkatkan kesiapan pengelolaan wisata yang ada di Kabupaten Klaten.

DISBUDPORAPAR serius dalam mendengar masukan dari para pengelola dengan melakukan pembinaan terhadap para pelaku usaha wisata di kabupaten Klaten dengan mengadakan pelatihan Pemandu Wisata Kabupaten Klaten. Melalui Kegiatan tersebut Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berpesan untuk seluruh peserta dapat memahami seluruh materi yang disampaikan dan siap menyambut serta memandu wisatawan dengan sebaik mungkin. Selain itu DISBUDPORAPAR juga mengadakan Pelatihan *Snorling* yang diadakan di Umbul Pongok. Dengan adanya pelatihan *snorkeling*, para pengelola wisata dapat belajar teknik-teknik dasar, keselamatan, dan etika yang terkait dengan keselamatan. Sehingga Ketika terjadi kecelakaan air, wisatawan dapat terselamatkan secepat mungkin. Keamanan dan bertanggung jawab mengenai *safety* diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan pengunjung, Pelatihan lainnya ialah Pelatihan Kebersihan Lingkungan, Sanitari dan Pengelolaan Sampah di Destinasi Pariwisata di destinasi pariwisata merupakan langkah proaktif dalam meningkatkan kualitas pengelolaan dan menjaga keberlanjutan lingkungan di lokasi wisata. Pelatihan semacam ini memiliki dampak positif dalam meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab para pengelola destinasi, karyawan, dan masyarakat sekitar terhadap lingkungan tempat wisata. Sehingga dampak positifnya terhadap pengalaman pengunjung untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

Dari uraian diatas, maka peneliti menemukan model komunikasi kolaborasi DISBUDPORAPAR dengan ASWITA yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Model Komunikasi DISBUDPORAPAR dan ASWITA
Sumber : Hasil Olahan Peneliti

Peran Stakeholder dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Tirta Kabupaten Klaten

Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata selain berperan sebagai komunikasi juga berperan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan karena mengelola dua objek wisata yaitu

umbul cokro dan umbul jolotundo. Peran pengembangan wisata yang dilakukan dinas berupa melakukan revitalisasi atau melakukan tugas dan fungsi sebagai pengarah kebijakan

Kolaborasi juga dapat mencakup mekanisme evaluasi berkelanjutan untuk mengukur dampak dari upaya pengembangan pariwisata. Dengan melibatkan pihak-pihak terkait, termasuk masyarakat lokal, dapat diidentifikasi area perbaikan dan penyesuaian program agar tetap relevan dan memberikan manfaat maksimal. Sejauh ini belum ada upaya evaluasi bersama dinas dengan asosiasi wisata sehingga dampak berkelanjutan itu belum tercapai secara maksimal

Meningkatkan jumlah pengunjung setiap pengelola wisata sudah mempunyai komunitas dimasing-masing kelompok kerjanya. Komunitas memegang peran sentral dalam peningkatan pariwisata di Kabupaten Klaten. Melalui partisipasi aktif, komunitas menjadi mitra vital dalam menyusun rencana dan langkah-langkah perbaikan fasilitas obyek wisata serta infrastruktur. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan lokal, komunitas membawa perspektif yang berharga, memberikan konteks yang mendalam terkait budaya dan dinamika sosial setempat.

Komunitas juga menjadi penyedia sumber daya lokal yang penting. Keahlian tradisional, pengetahuan lokal, dan aset alam menjadi kontribusi berharga dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Sebagai jembatan komunikasi, perwakilan masyarakat membantu memfasilitasi dialog efektif antara berbagai pihak terlibat, memastikan bahwa kepentingan masyarakat tercermin dalam setiap keputusan.

Peran komunitas juga meluas ke dalam fase keberlanjutan dan pemeliharaan proyek. Mereka tidak hanya berpartisipasi dalam perawatan, tetapi juga dapat membantu menjaga momentum dan manfaat jangka panjang dari kolaborasi tersebut. Dalam hal ekonomi, pemberdayaan masyarakat lokal melalui pelatihan keterampilan dan dukungan terhadap usaha kecil dapat meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. rangkaian pemantauan dan evaluasi, komunitas menjadi pihak yang memiliki wawasan langsung terkait dampak proyek di tingkat lokal. Keterlibatan mereka juga sangat relevan dalam menyelesaikan konflik yang mungkin muncul dan memastikan bahwa implementasi program tetap selaras dengan nilai-nilai budaya serta keberlanjutan lingkungan.

Peningkatan jumlah wisatawan pada destinasi wisata tirta di Klaten sangat didasari oleh peran pengelolaan objek wisata masing-masing. Pengelola objek wisata berperan sebagai penentu keberhasilan dan keberlanjutan destinasi wisata. Tugas mereka melibatkan manajemen operasional sehari-hari, mulai dari menjaga ketersediaan fasilitas hingga memastikan keamanan dan kebersihan. Pengelola juga bertanggung jawab atas pengembangan fasilitas dan pemeliharannya agar tetap sesuai dengan standar yang diharapkan. Dalam upaya menciptakan pengalaman tak terlupakan bagi pengunjung, mereka merancang tata letak yang efisien, menyediakan informasi yang jelas, dan mengelola berbagai aktivitas menarik.

Media menjadi salah satu faktor penting dalam peningkatan kunjungan wisata tirta. Apalagi media sosial saat ini mudah diakses dimana pun dan oleh siapa pun. Peran media dalam pengembangan kolaborasi antara Dinas Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga dan Pariwisata (DISBUDPORAPAR) dengan Asosiasi Pariwisata (ASWITA) menjadi kunci dalam mengkomunikasikan, mempromosikan, dan memperkuat kolaborasi ini. Melalui berita, siaran pers, dan liputan media, informasi terkait kegiatan budaya dan pariwisata dapat tersebar secara luas kepada masyarakat. Media memainkan peran utama dalam mempromosikan destinasi dan program yang diadakan oleh kedua entitas ini, memberikan pemahaman yang lebih baik kepada wisatawan potensial, serta merangsang minat mereka untuk mengunjungi dan mengikuti kegiatan yang diselenggarakan.

Tidak hanya sebagai alat promosi, media juga memiliki kekuatan untuk membentuk citra positif tentang destinasi dan kegiatan kebudayaan. Liputan media yang mendalam dan positif dapat memberikan dampak besar terhadap persepsi masyarakat terhadap kekayaan budaya dan daya tarik pariwisata suatu daerah. Penggunaan media sosial memungkinkan Disbudpora dan ASWITA untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, mendorong partisipasi dalam acara, serta memberikan ruang bagi komentar dan umpan balik yang dapat menjadi landasan untuk peningkatan kualitas kegiatan di masa mendatang.

Komunikasi pemasaran untuk meningkatkan pengunjung pasca pandemi.

Komunikasi pemasaran adalah strategi yang dipakai para pengelola untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata pasca pandemi. Menariknya, ASWITA belum memiliki platform sendiri, baik itu media sosial atau web resmi. Oleh karena itu, tanggung jawab komunikasi pemasaran kembali kepada masing-masing pengelola wisata. Keberadaan platform komunikasi pemasaran pada tingkat individu memberikan tantangan dan peluang. Meskipun ASWITA tidak memiliki platform pusat, pengelola wisata dapat mengoptimalkan kehadiran mereka sendiri di media sosial atau melalui situs web resmi. Setiap pengelola dapat mengembangkan strategi komunikasi yang menarik untuk menarik perhatian wisatawan potensial.

Kolaborasi antara ASWITA dan pengelola wisata menjadi kunci. ASWITA dapat memberikan panduan umum atau kerangka strategi pemasaran yang dapat diadopsi oleh setiap pengelola. Ini dapat

mencakup pembuatan konten menarik, promosi khusus pasca pandemi, atau kerja sama dengan influencer lokal. Dengan cara ini, meskipun tidak ada platform pusat, koordinasi antara ASWITA dan pengelola wisata dapat menciptakan efek sinergis yang mendukung upaya peningkatan kunjungan wisata pasca pandemi.

Komunikasi pemasaran harus terintegrasi dengan elemen lain. Mengintegrasikan berbagai aspek pemasaran, termasuk pemasaran digital, pemasaran tradisional, dan pemasaran relasional. pelaku usaha memegang peranan penting sebagai pengirim pesan yang bertanggung jawab merancang, menyusun, dan menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan produk atau layanan mereka kepada target audiens. Sebagai pemberi nilai, mereka berusaha untuk menyampaikan manfaat dan keunggulan produk atau layanan yang mereka tawarkan, menciptakan citra merek yang kuat, dan membangun hubungan positif dengan pelanggan. Dalam peran sebagai penentu strategi pemasaran, pelaku usaha merancang langkah-langkah strategis seperti penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan promosi produk. Sebagai inovator, mereka terlibat dalam pengembangan produk atau layanan baru dan menggunakan komunikasi pemasaran untuk memperkenalkan inovasi tersebut ke pasar.

Era digital, pelaku usaha juga berperan sebagai pengguna media sosial, menggunakan platform tersebut untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan dan membangun kesadaran merek secara online. Selain itu, mereka harus mampu menjadi pengelola krisis yang responsif terhadap tantangan bisnis dan memanfaatkan komunikasi pemasaran untuk meredakan kekhawatiran dan memulihkan citra perusahaan. Dengan menggabungkan berbagai aspek ini, pelaku usaha dapat mencapai tujuan pemasaran mereka dan membangun keberlanjutan bisnis. Aswita meyerahkan semua bentuk promosi mengenai peningkatan jumlah kunjungan kepada masing-masing pengelola.

PEMBAHASAN

Model Kolaborasi sangat penting dilakukan untuk mengembangkan sebuah destinasi wisata sehingga kemajuan objek wisata tersebut dapat tercapai. Asosiasi Pengelola Wisata Tirta, yang terdiri dari para pengelola destinasi wisata tirta di Kabupaten Klaten, menjadi entitas kolektif yang mewadahi dan mewakili beragam pemangku kepentingan di sektor pariwisata. Dalam ranah organisasional, para pengelola wisata tirta berperan aktif dalam berbagai kegiatan kolaboratif, pertukaran pengalaman, serta pengembangan strategi bersama untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya tarik objek wisata tirta di wilayah Kabupaten Klaten. Keanggotaan dalam asosiasi ini menciptakan kerangka kerja koordinatif yang memungkinkan para pengelola destinasi tirta untuk saling mendukung, saling berbagi pengetahuan, dan secara bersama-sama berkontribusi terhadap pengembangan pariwisata di tingkat lokal. Pengelola wisata tirta ini berada dibawah beberapa naungan seperti BUMDes, Pokdarwis dan pemilik pribadi yang mempunyai peran sebagai komunikator. Kemudian, Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata sebagai komunikan sekaligus regulator yang mengatur kepariwisataan di Kabupaten Klaten dengan tanggung jawab mengkoordinasikan, mengembangkan, membina para pelaku pariwisata serta mengeluarkan kebijakan-kebijakan. Peran ASWITA adalah sebagai media penyampai pesan dari para pengelola wisata kemudian pesan tersebut disampaikan ke DISBUDPORAPAR untuk merumuskan kebijakan atau pelatihan-pelatihan. Proses komunikasi yang dilakukan dinas dan aswita saat ini sudah sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Lasswell (1948). Model Lasswell menggunakan lima pertanyaan dalam melihat proses komunikasi yaitu *who* (siapa), *says what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *effect* (pengaruh).

Who yang dimaksud adalah para pengelola objek wisata meliputi BUMDes, Pokdarwis dan Pemilik Pribadi yang menghimpun usulan-usulan yang terjadi di lapangan. Usulan tersebut bisa saja datang dari pengunjung ataupun pengelola itu sendiri. Keberadaan BUMDes memberikan kontribusi signifikan dalam pengelolaan objek wisata, mengingat mereka merupakan badan usaha yang berperan dalam memajukan ekonomi desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Sementara itu, Pokdarwis memiliki peran dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata. Pemilik Pribadi, sebagai individu atau kelompok yang memiliki pengusaha wisata, juga turut berperan dalam menyumbangkan ide dan usulan untuk pengembangan objek wisata yang mereka kelola.

Says what yang disampaikan ialah usulan-usulan tersebut dapat bersifat beragam, mulai dari perbaikan infrastruktur, pengembangan fasilitas, hingga program-program promosi untuk menarik lebih banyak pengunjung. Pengelola wisata juga menginginkan klaten harus mempunyai julukan yaitu Klaten 1001 umbul tersebut diakui, selain itu pengelola menginginkan bahwa ada event besar yang diadakan dialun-alun seperti festival.

In which channel seperti tugas dan fungsinya Asosiasi Pengelola Wisata Tirta menjadi penghubung/saluran pesan yang disampaikan para pengelola. Pesan-pesan tersebut disampaikan ke dinas melalui audiensi langsung dan melalui WhatsApp. Audiensi langsung memungkinkan penyampaian pesan dapat diterima dengan baik dan dapat dijelaskan secara terperinci. WhatsApp melalui alat ini

masuk-masukan dari pengelola dapat tersampaikan secara cepat seperti pelaporan jumlah kunjungan wisatawan setiap harinya.

Kepada siapa pesan ini disampaikan *to whom* atau penerima pesan. Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata melalui bidang pariwisata dan ekonomi kreatif. Pesan yang sudah diterima kemudian dikelola sehingga menghasilkan *effect* berupa kebijakan-kebijakan dan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kunjungan objek wisata. Pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan juga dapat mencakup berbagai keterampilan yang diperlukan, mulai dari manajemen destinasi wisata hingga pelatihan bagi para pelaku usaha di sektor pariwisata. Dengan demikian, pesan ini berperan sebagai langkah awal untuk menciptakan efek positif dalam pengembangan pariwisata, dan instansi yang bersangkutan bertindak sebagai motor penggerak untuk mengimplementasikan tindakan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor pariwisata di Kabupaten Klaten.

Pada proses dialog yang peneliti dapati dari hasil wawancara serta observasi di lapangan terdapat hambatan mengenai pola tanggung jawab antara pemangku kepentingan. Secara umum, pengaruh tersebut didasari dari ego sektoral para pengelola objek wisata karena setelah pembukaan objek wisata pasca pandemi pengelola objek wisata tirta melakukan kesibukan masing-masing terkait pengembangan objek wisatanya. Misalnya umbul pelem mereka berfokus pada persoalan pengembangan *waterboom* sebagai penunjang fasilitas yang dimilikinya.

Persoalan lainnya yaitu mengenai kepemilikan lahan masih menjadi permasalahan dilapangan sebagai permasalahan yaitu umbul cokro. Pengelolaan umbul tersebut dikembalikan kepada pemerintah karena letak wisata tersebut terbagi menjadi 3 wilayah yaitu desa Ponggok, desa Cokro dan Desa Daleman. Sampai saat ini pengelolaan objek ini dilakukan oleh pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata.

Terdapat pembahasan awal terkait posisi dari Dinas kemudian posisi dari ASWITA. Kedua pemangku kepentingan ini telah melakukan dialog namun mengenai legalitas "MoU" sampai saat ini belum dimiliki. Kolaborasi yang dilakukan antara dinas dengan aswita seperti apa yang dijelaskan Ansell dan Gash (2008). dimana terdapat Kondisi awal, proses dialog, pemahaman bersama, membangun kepercayaan, komitmen terhadap proses dan terdapat hasil. Element model kolaborasi tersebut peneliti jelaskan sebagai berikut.

1) Kondisi awal

Pada kondisi awal, para pengelola objek wisata tirta di Kabupaten Klaten merespons keadaan belum dibukanya wisata tirta atas kebijakan dinas pariwisata dengan membentuk wadah kolaboratif yang diberi nama ASWITA. Langkah ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya kerjasama dalam mengembangkan sektor pariwisata di daerah tersebut. Dalam perkembangan selanjutnya, ASWITA mengambil inisiatif untuk mengadakan audiensi dengan Dinas terkait, menciptakan platform dialog yang langsung antara para pemangku kepentingan dan pihak pemerintah. Keberanian para pengelola wisata dalam membentuk ASWITA mencerminkan tekad mereka untuk bersatu dalam menghadapi berbagai tantangan yang mungkin muncul dalam pengelolaan objek wisata tirta di Klaten khususnya terkait pembukaan objek wisata.

Covid 19 yang melanda tahun 2020 berakibat pada porak-porandanya sektor pariwisata. Dampaknya juga dirasakan para pengelola objek wisata tirta yang berada di kabupaten Klaten. Kondisi yang tidak menentu tentang pembukaan objek wisata khususnya pengelola tirta yang ada di Klaten mendorong para pengelola untuk membentuk wadah yang dinamakan ASWITA, objek wisata selain wisata tirta waktu itu sudah boleh dibuka oleh dinas asalkan menerapkan protokol kesehatan. Namun wisata tirta belum boleh dibuka disisi lain para pengelola wisata tirta juga membutuhkan pengidupan dari sektor tersebut. Kondisi awal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Brna (1998) dan Giesen (2002) bahwa kolaborasi terjadi karena adanya prakondisi atau keadaan tertentu, setelah kondisi awal ini terbentuk baru masuk kepada proses kolaborasi.

Seluruh tata kelola kolaboratif dibangun berdasarkan dialog tatap muka antar pemangku kepentingan. Sebagai proses yang berorientasi pada konsensus, maka "komunikasi yang kental" yang diperbolehkan melalui dialog langsung adalah hal yang sama penting bagi pemangku kepentingan untuk mengidentifikasi peluang demi keuntungan bersama. Namun, tatap muka dialog lebih dari sekedar media negosiasi. Ini adalah inti dari proses meruntuhkan *stereotype* dan hambatan komunikasi lainnya yang menghalangi eksplorasi keuntungan bersama di tempat pertama.

Ansell (2008) berargumentasi bahwa dialog tatap muka merupakan syarat yang diperlukan namun belum cukup kolaborasi. Misalnya, dialog tatap muka dapat memperkuat *stereotype* atau perbedaan status atau untuk meningkatkan antagonisme dan saling tidak menghormati. Namun hal ini sulit untuk dilakukan bayangkan kolaborasi yang efektif tanpa dialog tatap muka. Literatur tentang kolaborasi penuh dengan contoh bagaimana *stereotype* dipecah melalui tatap muka. menghadapi komunikasi.

Dialog pemangku kepentingan ini dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dengan mengedepankan narasi bahwa akan adanya keadaan yang saling menguntungkan bagi para *stakeholders* bila dapat berkolaborasi. Tahapan dialog tatap muka berdampak terhadap adanya komunikasi yang dijalin bersama antar *stakeholders*. Tahapan dialog antara Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata dengan Asosiasi Pengelola Wisata Tirta Kabupaten Klaten merupakan tahap permulaan untuk mencapai kesepakatan awal mula dialog DISBUDPORAPAR dengan Aswita terjadi pada tahun 2020 ketika pengelola wisata tirta merasa dikesampingkan, saat itu virus covid 19 melanda dunia, salah satunya kabupaten Klaten.

2) Membangun Kepercayaan

Merrill (2000) mengemukakan Kurangnya kepercayaan di antara para pemangku kepentingan merupakan titik awal umum bagi tata kelola kolaboratif. Ansell (2008) menemukan bahwa membangun kepercayaan sering kali menjadi hal yang paling menonjol aspek dari proses kolaboratif awal dan bisa sangat sulit untuk dikembangkan.

Para pimpinan aswita dan dinas pariwisata harus mampu membangun kepercayaan diantara para pengelola objek wisata. Proses dalam membangun kepercayaan merupakan proses jangka panjang yang memakan waktu dan membutuhkan komitmen yang tinggi. Membangun kepercayaan antar pengelola wisata tirta harus dilakukan untuk saling menguatkan dalam kolaborasi pengelolaan wisata tirta. pembagian tugas dan fungsi para pimpinan tersebut memberikan sumbangsi dalam membangun kepercayaan.

Pembagian peran antara Aswita dan Dinas belum begitu terlihat maka dalam membangun kepercayaan antara kedua pemangku kepentingan tersebut belum maksimal. Peran Aswita hanya sebagai pelapor jumlah pengunjung di masing-masing pengelola objek wisata, adanya pelaporan tersebut meringkatkan pendataan jumlah pengunjung wisatawan oleh DISBUDPORAPAR. Namun dalam melaksanakan event pelatihan tentang kepariwisataan dinas selalu mengajak ASWITA untuk berpartisipasi aktif.

3) Tahapan Komitmen terhadap Proses

Pandangan Ansell dan Gash (2008), komitmen sangat erat kaitannya dengan motivasi awal untuk ikut serta dalam suatu kegiatan bersama. Akan tetapi, pemangku kepentingan mungkin ingin berpartisipasi sehingga perspektif mereka tidak diabaikan, memastikan legitimasi posisi mereka, atau sekadar untuk memenuhi kewajiban hukum.

Kondisi saat ini menunjukkan bahwa Asosiasi Pengelola Wisata Tirta (ASWITA), sebagai organisasi non-profit yang menyatukan para pelaku usaha di bidang wisata tirta di Klaten, belum memiliki legalitas hukum yang sah. Penting untuk dicatat bahwa kolaborasi bukanlah sekadar kesepakatan satu kali, melainkan sebuah proses kerjasama berkelanjutan yang saling menguntungkan. Dalam pengelolaan objek wisata tirta, Dinas Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga dan Pariwisata memiliki peran signifikan dalam mendukung peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata tirta yang tergabung dalam organisasi ASWITA.

Perlu ditekankan bahwa legitimasi, seperti yang disebutkan oleh Ansell dan Gash, masih menjadi perhatian utama antara kedua belah pihak. Legalitas hukum yang belum terwujud dapat menjadi kendala dalam menjalankan kolaborasi dengan optimal. Oleh karena itu, upaya untuk mencapai legitimasi yang jelas dan akurat perlu terus diupayakan agar kolaborasi antara ASWITA, Dinas Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga dan Pariwisata dapat berjalan dengan lancar. Penting untuk memperjuangkan legalitas ASWITA sebagai langkah awal yang strategis untuk membangun fondasi yang kuat bagi kolaborasi berkelanjutan. Dengan begitu, ASWITA dapat memiliki dasar hukum yang solid, meningkatkan kredibilitasnya, dan memastikan bahwa kolaborasi dengan pihak pemerintah dapat berlangsung dengan lebih efektif untuk mendukung pengembangan sektor wisata tirta di Klaten.

4) Tahapan Berbagi Pemahaman

Kemitraan pengembangan pariwisata harus mampu mengembangkan pemahaman bersama jangka panjang yang ingin dicapai. Pemahaman bersama ini dapat berupa adanya tujuan bersama yang jelas, seperti definisi masalah dan pemahaman bersama tentang tujuan-tujuan yang akan dicapai dalam berkolaborasi.

Terdapat permasalahan dalam melakukan koordinasi secara tatap muka antar ASWITA dan Dinas, rencana koordinasi berupa rapat dilakukan setiap dua bulan sekali akan tetapi faktanya koordinasi tidak dilaksanakan secara rutin pada setiap dua bulan sekali. Kurangnya koordinasi yang rutin ini mengakibatkan kurangnya pemahaman bersama mengenai kendala dan tujuan asosiasi pengelola wisata tirta. Koordinasi pada saat awal pengelolaan sebenarnya dilakukan secara rutin namun seiring berjalannya waktu terdapat penurunan rutinitas koordinasi. Hal tersebut disebabkan karena kedua pemangku kepentingan yang bersikap pasif dalam membangun koordinasi dan kesibukan masing-masing pengelola wisata tirta.

Dapat disimpulkan bahwa kedua pemangku kepentingan memahami adanya tujuan dalam pengelolaan tersebut untuk meningkatkan jumlah peningkatan wisatawan yang berguna untuk mempermudah pembangunan dan memberikan dampak bagi masyarakat. Dalam mencapai tujuan tersebut juga terdapat rencana pembangunan obyek wisata yang berkesinambungan. Terdapat kendala dalam tahapan berbagi pemahaman yakni pelaksanaan koordinasi antar *stakeholders* yang kurang rutin setiap dua bulan sekali. Koordinasi hanya dilakukan sebatas kalau ada masalah saja tidak sampai pada pembentukan program khusus untuk peningkatan kunjungan wisatawan.

5) Hasil

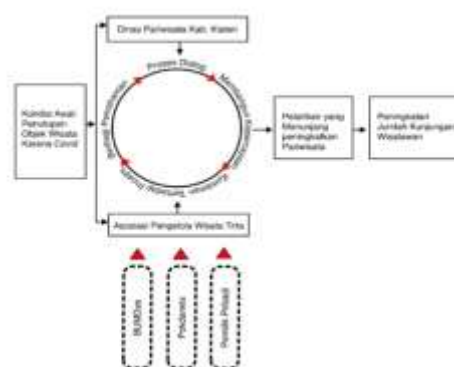
Kepemimpinan transformasional, saling ketergantungan, meningkatnya tata kelola dan modal relasional antaraktor adalah sesuatu yang mengarah pada hasil yang diperoleh dari keberhasilan kolaborasi (Ramadass, 2018). Lebih jauh, kemitraan pengembangan pariwisata tirta kabupaten Klaten, dibangun untuk menghasilkan dampak yang tidak hanya diperoleh oleh pihak tertentu yang melakukan penanaman modal tetapi masyarakat secara luas harus menjadi sasaran utama penerima manfaat. De Koning (2017) mengemukakan bahwa *collaborative governance* lebih mungkin berhasil dalam kondisi yang memberikan insentif untuk partisipasi masyarakat, mekanisme pembagian kekuasaan formal, kepemilikan sumber daya lokal, akuntabilitas *top-down*, mekanisme pembangunan kepercayaan dan pendekatan adaptif untuk evaluasi efisiensi dan perbaikan.

Hasil sementara dari proses kolaborasi antara dinas kebudayaan pemuda dan olahraga dan asosiasi pengelola wisata tirta untuk meningkatkan wisatawan pasca pandemi. Hasil sementara diantaranya :

1. Adanya wacana untuk membuat *event* besar-besaran di Alun-alun kabupaten Klaten yang memamerkan seluruh potensi wisata umbul yang ada di Klaten.
2. Rencana pembuatan media sosial yang berisi tajuk khusus bagi seluruh pengelola wisata tirta
3. Adanya kemudahan Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata dalam mendata kunjungan wisatawan khususnya wisata tirta yang ada di Klaten.
4. Adanya pelatihan-pelatihan yang diadakan setiap tahun untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Sementara terdapat hasil yang kurang baik yaitu. Adanya silang pendapat mengenai kebijakan pajak 10% yang dibebankan ke para pelaku pengelola wisata tirta. Aswita menginginkan pajak tidak bisa dibebankan rata ke pada seluruh pengelola wisata dikarenakan ada beberapa pengelola wisata yang dikelola secara mandiri dan pendapatannya hanya cukup mengaji karyawan. Belum adanya pelatihan yang dilakukan dinas kebudayaan pemuda dan olahraga yang bertemakan digital marketing untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada seluruh anggota ASWITA.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti telah menggambarkan model kolaborasi antara Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata (Disbudparporapar) serta Asosiasi Pengelola Wisata Tirta Kabupaten Klaten, yang diperoleh dari hasil penelitian dilapangan. Berikut Model kolaborasi Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata dengan Asosiasi Pengelola Wisata Tirta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pasca pandemi.



Gambar 2 Model kolaborasi DISBUDPORAPAR dengan ASWITA dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pasca pandemi

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

SIMPULAN

Peneliti menemukan bahwa kolaborasi antara Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dengan Asosiasi Pengelola Wisata Tirta di Kabupaten Klaten bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan pasca pandemi. Kolaborasi ini muncul karena perbedaan kebijakan terkait

pembukaan objek wisata akibat pandemi COVID-19. Asosiasi Pengelola Wisata Tirta dibentuk sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada pihak Dinas. Namun, kolaborasi ini baru sebagian terlaksana dengan memberikan pelatihan pemandu wisata dan sanitasi. Kendala terjadi dalam kolaborasi, termasuk kesibukan para pengelola, keberatan terhadap pajak, serta kurangnya komunikasi pemasaran terintegrasi. Proses kolaborasi melibatkan tahapan dialog tatap muka, membangun kepercayaan, komitmen terhadap proses, berbagi pemahaman, dan evaluasi hasil sementara. Beberapa tahapan seperti dialog tatap muka dan komitmen terhadap proses mengalami hambatan, sementara tahapan lainnya berjalan cukup baik. Faktor pendukung kolaborasi termasuk komitmen pimpinan daerah dan dorongan dari pengelola wisata untuk menggunakan Asosiasi Pengelola Wisata Tirta sebagai wadah aspirasi. Namun, kendala terkait legalitas Asosiasi menjadi penghambat dalam penyusunan rencana kerja antara Dinas dan Asosiasi. Meskipun demikian, kolaborasi ini diharapkan dapat memajukan pariwisata di Klaten.

REFERENSI

- Antonius Bungaran Simanjuntak, & Soedjito Sosrodiharjo. (2014). *Metode Penelitian sosial edisi revisi*. Pustaka Obor.
- Arthur Solsolay. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Pemerintah Kota Ambon Dalam Mengkomunikasikan Brand "Ambon City Of Music" Melalui Kegiatan Tiga Pilar IMC. *The Messenger*, VIII.
- Azzahra, H. J., Astuti, W., & Rini, E. F. (2018). *Komponen Keterpaduan Objek Wisata di Kawasan City Walk Slamet Riyadi Ditinjau dari Sistem Pariwisata Components of Integration of Tourism Objects in the City Walk Area Slamet Riyadi Judging from the Tourism System*. <https://jurnal.uns.ac.id/region>
- Baban Sarbana, Amiruddin Saleh, Anna Fatchiya, & Muhammad Firdaus. (2023). Model Komunikasi Kolaboratif untuk Keberlanjutan Bisnis pada Usaha Mikro Kecil di Geopark Nasional Pongkor. *Policy B Rief Direktorat Kajian Strategis Dan Reputasi Akademik (D-KASRA) IPB University*, 1.
- Choirul Saleh. (2020). Konsep, Pengertian, dan Tujuan Kolaborasi. In *Modul 1*.
- Galih Aprilia Wibowo. (2023). *Klaten Jadi Tujuan Wisata Favorit di Soloraya, Ini Deretan Keistimewaannya*. <https://Bisnis.Solopos.Com/Klaten-Jadi-Tujuan-Wisata-Favorit-Di-Soloraya-Ini-Deretan-Keistimewaannya-1702650>.
- Harianja, R., Rahmanda Putra, R., Nurul, A., Mustofa, A., Pratami, M., Syahputra, A., Tri, S., & Wira Utama, E. (2023). Perilaku Berwisata Wisatawan Nusantara Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 8. <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud>
- Hikmah, & Nurdin. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata di Kota Makassar. *STIM Lasharan Jaya Makassar*, 7.
- Ike Janita Dewi. (2020). Pemasaran Pariwisata. In *Modul 1*.
- Lesmana, D., & Kasim, R. S. (2022). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo*. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index>
- M. Husni Tamrin, & Lunariana Lubis. (2023). *Pengelolaan KEE Ujung Pangkah Melalui Kolaborasi Stakeholders* (Cetakan 1). PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Moch. Gema Adzikri Munggaran, & Farida Elmi. (2020). Pengaruh Pelatihan, Disiplin dan Sertifikasi Terhadap Kinerja Guru Yayasan Pendidikan Islam Nur El Falah Kubang. *Jurnal SWOT*, x.
- Mohammad Faizal Alim. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran Pariwisata. <https://Kmc.Tp.Ugm.Ac.Id/Kms/Konsep-Dan-Strategi-Pemasaran-Pariwisata/>.
- Nasfi. (2020). *Komunikasi Persuasif Pemerintah Nagari Sungai Pua kepada Ninik Mamak*. <https://ojs.fkipummy.ac.id/index.php/jusie>
- Noor Wahyuni. (2014). In-Depth Interview (Wawancara Mendalam). <https://Qmc.Binus.Ac.Id/2014/10/28/in-Depth-Interview-Wawancara-Mendalam/>.
- Nur Kurniawan, M. (2022). Upaya Pemerintah Dalam Menangani Pemulihan Dampak Covid-19 Pada Sektor Pariwisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta Government Effort In Handling Recovery Of The Impact Of Covid-19 On The Tourism Sector In The Special Region Of Yogyakarta. *JURNAL Kebijakan Pembangunan*, 17. <https://doi.org/10.47441/jkp.v17i2.276>
- Oktavia Setyaningtyas, P., & Zarkasyi, A. R. (2023). *Pengembangan Manajemen Pariwisata Era New Normal Di Umbul Pengging Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali*.
- Patadjenu, S., Sondang Silitonga, M., & Asropi, A. (2023). *Tata Kelola Kolaboratif Pengembangan Pariwisata Likupang, Kabupaten Minahasa Utara Tourism Development Collaborative Governance Of Likupang, North Minahasa Regency*.
- Ravinder Kumar. (2017). *The Effect of Collaborative Learning on Enhancing Student Achievement A Meta Analysis*. Concordia University.

- Resa Syah Pahlevi, M., Amalia Febrianti, A., & Isa Ansori, M. (2023). Teamship Competance (Kompetensi Kolektif/Kolaborasi). *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(4), 215–226. <https://doi.org/10.54066/jikma-itb.v1i4.493>
- Sarbana, B., Saleh, A., Fatchiya, A., & Firdaus, M. (2023). *Model Komunikasi Kolaboratif untuk Keberlanjutan Bisnis pada Usaha Mikro Kecil di Geopark Nasional Pongkor* (Vol. 5, Issue 1).
- Sufianti, E. (2014). Kepemimpinan dan Perencanaan Kolaboratif pada Masyarakat Non-Kolaboratif. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 25(1), 77–95.
- Sugiyono, & Puji Lestari. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (kuantitatif, Kualitatif dan cara menulis Artikel pada jurnal Internasional)* (M. S. Prof. Dr. Sunarto, Ed.). Alfabeta.
- Syafrida Hafni Sahir. (2020). *Pemasaran Global* (Pertama). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Wister Hutapea. (2022). *Akuntabilitas Dalam Kebijakan Publik*. Universitas Hasanuddin.
- Austin, D. (2009). Asam lemak, menyusui dan gangguan spektrum autisme. *E-jurnal Psikologi Terapan*, 5(1), 49-52. Diterima dari <http://ojs/lib.swin.edu.au/>
- Antonius Bungaran Simanjuntak, & Soedjito Sosrodiharjo. (2014). *Metode Penelitian sosial edisi revisi*. Pustaka Obor.
- Arthur Solsolay. (2016). *Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Pemerintah Kota Ambon Dalam Mengkomunikasikan Brand "Ambon City Of Music" Melalui Kegiatan Tiga Pilar IMC*. The Messenger, VIII.
- Azzahra, H. J., Astuti, W., & Rini, E. F. (2018). Komponen Keterpaduan Objek Wisata di Kawasan City Walk Slamet Riyadi Ditinjau dari Sistem Pariwisata Components of Integration of Tourism Objects in the City Walk Area Slamet Riyadi Judging from the Tourism System. <https://jurnal.uns.ac.id/region>
- Baban Sarbana, Amiruddin Saleh, Anna Fatchiya, & Muhammad Firdaus. (2023). *Model Komunikasi Kolaboratif untuk Keberlanjutan Bisnis pada Usaha Mikro Kecil di Geopark Nasional Pongkor*. Policy B Rief Direktorat Kajian Strategis Dan Reputasi Akademik (D-KASRA) IPB University, 1.
- Choirul Saleh. (2020). Konsep, Pengertian, dan Tujuan Kolaborasi. In Modul 1.
- Galih Aprilia Wibowo. (2023). Klaten Jadi Tujuan Wisata Favorit di Soloraya, Ini Deretan Keistimewaannya. <https://Bisnis.Solopos.Com/Klaten-Jadi-Tujuan-Wisata-Favorit-Di-Soloraya-Ini-Deretan-Keistimewaannya-1702650>.
- Harianja, R., Rahmanda Putra, R., Nurul, A., Mustofa, A., Pratami, M., Syahputra, A., Tri, S., & Wira Utama, E. (2023). Perilaku Berwisata Wisatawan Nusantara Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 8. <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud>
- Hikmah, & Nurdin. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata di Kota Makassar. *STIM Lasharan Jaya Makassar*, 7.
- Ike Janita Dewi. (2020). *Pemasaran Pariwisata*. In Modul 1.
- Lesmana, D., & Kasim, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index>
- M. Husni Tamrin, & Lunariana Lubis. (2023). *Pengelolaan KEE Ujung Pangkah Melalui Kolaborasi Stakeholders* (Cetakan 1). PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Moch. Gema Adzikri Munggaran, & Farida Elmi. (2020). Pengaruh Pelatihan, Disiplin dan Sertifikasi Terhadap Kinerja Guru Yayasan Pendidikan Islam Nur El Falah Kubang. *Jurnal SWOT*, x.
- Mohammad Faizal Alim. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran Pariwisata*. <https://Kmc.Tp.Ugm.Ac.Id/Kms/Konsep-Dan-Strategi-Pemasaran-Pariwisata/>.
- Nasfi. (2020). *Komunikasi Persuasif Pemerintah Nagari Sungai Pua kepada Ninik Mamak*. <https://ojs.fkipummy.ac.id/index.php/jusie>
- Noor Wahyuni. (2014). *In-Depth Interview* (Wawancara Mendalam). <https://Qmc.Binus.Ac.Id/2014/10/28/in-Depth-Interview-Wawancara-Mendalam/>.
- Nur Kurniawan, M. (2022). *Upaya Pemerintah Dalam Menangani Pemulihan Dampak Covid-19 Pada Sektor Pariwisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta Government Effort In Handling Recovery Of The Impact Of Covid-19 On The Tourism Sector In The Special Region Of Yogyakarta*. *JURNAL Kebijakan Pembangunan*, 17. <https://doi.org/10.47441/jkp.v17i2.276>
- Oktavia Setyaningtyas, P., & Zarkasyi, A. R. (2023). *Pengembangan Manajemen Pariwisata Era New Normal Di Umbul Pengging Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali*.
- Patadjenu, S., Sondang Silitonga, M., & Asropi, A. (2023). *Tata Kelola Kolaboratif Pengembangan Pariwisata Likupang, Kabupaten Minahasa Utara Tourism Development Collaborative Governance Of Likupang, North Minahasa Regency*.
- Ravinder Kumar. (2017). *The Effect of Collaborative Learning on Enhancing Student Achievement A Meta Analysis*. Concordia University.

- Resa Syah Pahlevi, M., Amalia Febrianti, A., & Isa Ansori, M. (2023). Teamship Competance (Kompetensi Kolektif/Kolaborasi). *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(4), 215–226. <https://doi.org/10.54066/jikma-itb.v1i4.493>
- Sarbana, B., Saleh, A., Fatchiya, A., & Firdaus, M. (2023). Model Komunikasi Kolaboratif untuk Keberlanjutan Bisnis pada Usaha Mikro Kecil di Geopark Nasional Pongkor (Vol. 5, Issue 1).
- Sufianti, E. (2014). Kepemimpinan dan Perencanaan Kolaboratif pada Masyarakat Non-Kolaboratif. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 25(1), 77–95.
- Sugiyono, & Puji Lestari. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (kuantitatif, Kualitatif dan cara menulis Artikel pada jurnal Internasional) (M. S. Prof. Dr. Sunarto, Ed.). Alfabeta.
- Syafrida Hafni Sahir. (2020). Pemasaran Global (Pertama). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Wister Hutapea. (2022). Akuntabilitas Dalam Kebijakan Publik. Universitas Hasanuddin. <https://disbudporapar.klaten.go.id/>. (n.d.). Sejarah Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata.
- <https://klatenkab.go.id>. (2020). Geografi Dan Topografi Kabupaten Klaten. <https://Klatenkab.Go.Id/Geografi-Dan-Topografi-Kabupaten-Klaten/>.
- <https://travel.detik.com> :Alfian Dika Octavianto. (2022). Klaten, Si Kabupaten 1001 Umbul. <https://Travel.Detik.Com/Domestic-Destination/d-5060601/Klaten-Si-Kabupaten-1001-Umbul>.
- RRI.co.id : Adam Sutanto. (2023). Selesai Masa Liburan, Kunjungan Wisata di Klaten Menurun. <https://Www.RRI.Co.Id/Daerah/229932/Selesai-Masa-Liburan-Kunjungan-Wisata-Di-Klaten-Menurun>
- <radarsolo.jawapos.com> : Damianus Bram. (2021). Selama Pandemi, Pendapatan Wisata Air di Klaten Anjlok 80 Persen. <https://Radarsolo.Jawapos.Com/Klaten/841665632/Selama-Pandemi-Pendapatan-Wisata-Air-Di-Klaten-Anjlok-80-Persen>.
- Solopos.com, & Sri Sumi Handayani. (2022). Sempat Tutup 2 Tahun Saat Pandemi, Begini Kondisi Umbul Susuhan Klaten. <https://Soloraya.Solopos.Com/Sempat-Tutup-2-Tahun-Saat-Pandemi-Begini-Kondisi-Umbul-Suruhan-Klaten-1322940>.
- <travel.kompas.com>, & Viona Pricilla, N. T. T. (2022). “Potensi Resesi Global, Bagaimana Nasib Sektor Pariwisata Indonesia?” <https://Travel.Kompas.Com>. <https://travel.kompas.com/read/2022/10/18/213300627/potensi-resesi-global-bagaimana-nasib-sektor-pariwisata-indonesia->
- Taufiq Sidik Prakoso. (2023). Buka-bukaan Kunci Sukses Desa Wisata Klaten Tarik Ribuan Pengunjung per Hari. <https://Soloraya.Solopos.Com/Buka-Bukaan-Kunci-Sukses-Desa-Wisata-Klaten-Tarik-Ribuan-Pengunjung-per-Hari-1746872>.
- <www.detik.com>, & Achmad Hussein Syauqi. (2022, October 26). Duh! Wisata Mata Air Cokro Klaten Tak Terawat Jadi Sasaran Vandalisme. <https://Www.Detik.Com/Jateng/Wisata/d-6369989/Duh-Wisata-Mata-Air-Cokro-Klaten-Tak-Terawat-Jadi-Sasaran-Vandalisme>.